

## ПРОБЛЕМА ОСОБИСТІСНОГО СЕНСУ ТА «СМИСЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ» У ПСИХОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ

**О.Г. Лосієвська, к.психол.н., доцент,**

**О.В. Морозова, магістрант**

Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля,  
кафедра психології,  
м. Сєверодонецьк

У вітчизняній психологічній традиції ми виявляємо поняття сенсу у роботах Л. Виготського 1930-х років. Науковець працює з цим поняттям у контексті аналізу свідомості, однак посиляючись до вербальних, словесних сенсів.

У процесі розвитку проблематики сенсу в психології розмежовується окремий клас комунікацій – смислові комунікації, тобто комунікації, в яких у якості повідомлення, що передається, виступає не подана у відчуттях річ або речова властивість, а сенс, що досягається умоглядно. Проблема сенсу в міжособистісній комунікації набула міждисциплінарного характеру. Ресурси для її вирішення черпаються в предметних галузях лінгвістики, семіотики, логіки і психології. Проте в кожному випадку ключем вирішення цієї проблеми є розподіл знаку і значення.

Філософи С. Гусев і Г. Тульчинський [1] трактують сенс як систему зв'язків і функцій елементів культури в контексті спільної діяльності. С.Джакупов вважає, що надзвичайно важливу роль у спільній діяльності відіграє «загальний фонд смислових утворень, що ховається за загальним фондом інформації, яка формується в процесі спілкування суб'єктів» [2].

У 40-х роках ХХ століття Л. Єльмслев [6] увів поняття конотації («конотатор»). Л. Єльмслев виходив із того, що мова є засобом пізнання, вихідним пунктом для дослідника є текст, а мета лінгвістичної теорії полягає у виявленні «постійного, що лежить в основі змін» [6]. Л. Єльмслев вивів поняття конотації і денотації за межі логіки. Статус конотації, як невід'ємної частини тексту дискурсу, став очевидним із процесом становлення і розвитку теорії інтертекстуальності.

Короткий огляд використання поняття конотації в різних галузях лінгвістики переконує в тому, що в усіх випадках йдеться про один і той самий мисленнєво-мовний механізм. Конотація є невід'ємним елементом мовленнєвої діяльності.

Таким чином, на початку другої половини минулого століття в лінгвістиці, семіотиці, логіці оформилися ключові постулати, які визначають дистанцію й принципи взаємозв'язку категорії знаку і категорії значення.

Загальноприйнятим стає уявлення про те, що знак може втілювати як загальноприйняте в мовленнєвому полі значення (денотат), так і значення, що відображає контекст або суб'єктивний простір мови, властивий індивідові або групі (конотат). Аналогічна структура розвивалася й у вітчизняній психології. Проте сам термін «значення» у вітчизняній практиці використовується в дещо іншому значенні, і швидше за все наближається до терміну денотат, тоді як із категорією конотата продовжувало зіставлятися поняття «сенси», або «особистісний сенси».

О. Агафонов [1] робить висновок, що сенси – це «психічний продукт», він належить до психічного світу (існує в психічному просторі та часі), а значення в логіко-лінгвістичному розумінні належить до зовнішнього, відносно до психіки, соціального світу, який характеризується соціальним часом і простором. І в тому, і в іншому випадку актуалізується необхідність виділення категорії, що відображає загальноприйняте в мові трактування значення, і категорії, яка втілює ампліфікуючі семантичні структури.

Теоретичною категорією, що втілює в собі поняття сенсу у вітчизняній психології, стає категорія особового сенсу. «Осмислення дійсності людиною, у тому числі і на рівні особового сенсу (змісту), принципово опосередковано соціальним досвідом конкретного суспільства» [3; 4]. На відміну від біологічного сенсу, особовий сенси співвідноситься не з індивідуальною життєдіяльністю, а з індивідуальним освоєнням соціальних форм життєдіяльності, з «моєю суспільною свідомістю», висловлюючись виразом О. М. Леонтьєва [3; 4].

У сучасних дослідженнях з психолінгвістики і теорії комунікації сенси мовного вислову розглядається, як обумовлений місцем даного висловлювання в структурі діяльності комунікатора, а також його мотивами і цілями, у тому числі такими, що не відносяться безпосередньо до комунікативної ситуації [2].

С. Морозов виділяє наступні умови, за якими деякого змісту набуває сенси: 1) включення його в деяке ширше ціле (об'єкт-об'єктний контекст); 2) заломлення його через внутрішній світ, суб'єктивну смислову реальність суб'єкта (суб'єкт-суб'єктний контекст) і 3) включеність його в діяльність суб'єкта (суб'єкт-об'єктний контекст). Сенси завжди суб'єктивні. Якщо значення відносно суб'єкта виступає як «річ у собі», то сенси – як явище «речі в собі» суб'єктові. У діяльності суб'єкта розкривається і фіксується як мінливі, так і незмінні, сутнісні характеристики об'єкта. Незмінні характеристики утворюють значення об'єкта, яке «...виступає у вигляді загального, тобто у вигляді «спільного для всіх» сенсу» [5]. Трактування С. Морозовим значення, як фрагменту сенсу, інваріантного відносно до психологічних сенсоутворюючих контекстів, переважає зіставлення значення і сенсу як бінарної опозиції. Різні психологічні контексти, згідно з С. Морозовим, специфікують значення, завдяки чому до останнього додаються нові складові й розширене значення набуває статус сенсу.

Таким чином, можна зробити висновок, що на відміну від значення, яке відображає закріплену в культурі інтерпретацію знаку, сенс відображає індивідуальні або групові аспекти інтерпретації, які втілюють контекст актуальної діяльності. Іншими словами, сенс нерозривно пов'язаний з актуальною діяльністю суб'єкта, а також з об'єктом, цілями і мотивами цієї діяльності.

### **Література**

1. Жуков Ю. М. Диагностика и развитие компетентности в общении. Спецпрактикум по социальной психологии / Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская, П. В. Растяников. – Киров, 1991. – 271 с.
2. Засєкіна Л. В. Психолінгвістична діагностика: навч. посіб. / Л. В. Засєкіна, С. В. Засєкін. – Луцьк : РРВ «Вежа» Волинського національного ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. – 188 с.
3. Леонтьев А. А. Психология общения : учеб. пособ. / А. А. Леонтьев. – М. : Изд-во Академия, 2007. – 365 с.
4. Леонтьев А. А. Прикладная психолінгвістика речового общения и массовой коммуникации / А. А. Леонтьев / Под ред. А. С. Маркосян, А. А. Леонтьева, Ю. А. Сорокина. – М. : Смысл, 2008. – 271 с.
5. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособ. / А. П. Панфилова. – [3-е изд.]. – СПб. : ИВЭСЭП ; Знание, 2005. – 495 с.
6. Ludlow Ron. The essence of effective communication / Ron Ludlow, Fergus Panton, Prentice Hall. – New York, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore, 1922. – 234 p.